

บทความเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

เรื่อง ลิ้นจี่ : พลัมัสตรชฎิกิจที่สำคัญของภาคไทย

ลิ้นจี่ เป็นชื่อของผลไม้ประเภทผลเดี่ยวซึ่งมีลักษณะเปลือกสีแดง เป็นไม้ผลกิ่งเมืองร้อน มีรสชาติอร่อย ลำต้นเป็นทรงพุ่มแผ่กว้าง เมื่อเจริญเต็มที่ลำต้นสูงประมาณ 10 - 12 เมตร เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคเหนือ เจริญเติบโตได้ดีในสภาพภูมิอากาศหนาว ชอบดินร่วนซุย มีการระบายน้ำดี และควรมีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลมากกว่า 400 เมตร ต้องการอากาศหนาวในช่วงออก แต่มีบางพันธุ์ปลูกได้ในเขตภาคกลาง ได้แก่ พันธุ์ค่อม สามารถออกดอกติดผลได้ในสภาพอากาศภาคกลาง ฤดูการเก็บเกี่ยวผลผลิตระหว่างกลางเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม

ในปี 2552 สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรได้พยากรณ์ปริมาณผลผลิตลิ้นจี่ทั้งประเทศ (ณ เดือนมีนาคม 2552) มีปริมาณ 81,700 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 53 เนื่องจากสภาพอากาศเอื้ออำนวยอากาศหนาวเย็นพอดี เอื้อต่อการติดดอกและการเจริญเติบโตของผล โดยผลผลิตจังหวัดพะเยา จะออกสู่ตลาดก่อนในช่วงปลายเดือน เมษายน-พฤษภาคม ผลผลิตจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย จะออกมากในเดือนพฤษภาคมถึงต้นมิถุนายน และผลผลิตจังหวัดสมุทรสงคราม จะออกมากในเดือนเมษายนถึงต้นพฤษภาคม โดยในช่วงดังกล่าวนี้ราคาลิ้นจี่จะอ่อนตัวลง

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาราคาผลไม้ตกต่ำ เช่น ลิ้นจี่ เพื่อให้เกษตรกรมีช่องทางการกระจายสินค้าและขายผลผลิตได้ราคา ดังนี้

1. จัดตั้งศูนย์รวบรวมสินค้าเกษตร (Blue Farm Collection Center) ในแหล่งผลิตผลไม้ทั้งในภาคตะวันออก และภาคเหนือในช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดมากโดยเชื่อมโยงผลผลิตจากแหล่งผลิตกระจายไปสู่จังหวัดปลายทาง

2. เชื่อมโยงตลาดจากเกษตรกรไปสู่ผู้ค้าโดยตรงผ่านเครือข่ายต่างๆ ได้แก่

(1) ห้างค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ (Modern Trade) ได้มีการลงนามใน MOU กับห้างเทสโก้โลตัสและบิ๊กซี เพื่อเพิ่มปริมาณการจำหน่ายผลไม้จากปีก่อนร้อยละ 10 ถึง 30 โดยรับซื้อจากเกษตรกรโดยตรง นอกจากนี้ ให้มีการจัดมุมจำหน่ายผลไม้ไทยเป็นการถาวร เพื่อส่งเสริมการบริโภค

(2) สถานที่ราชการและสถาบันเอกชน โดยทำหนังสือเชิญชวนเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต่างๆ เช่น กองทัพบก ทัณฑสถาน โรงพยาบาล โรงแรม ร้านอาหาร การบินไทย เพิ่มการบริโภคผลไม้ไทย และใช้ผลไม้ไทยในเมนูอาหารนำเสนอแก่ลูกค้า รวมทั้งใช้ในการจัดเลี้ยง การประชุมสัมมนา และการบริการในโอกาสต่างๆ

(3) จัดจำหน่ายผลไม้ในงานธงฟ้า เพื่อให้กลุ่มเกษตรกรนำผลผลิตมาจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรงและลดขั้นตอนการตลาด

3. ส่งเสริมการจำหน่าย การรณรงค์บริโภคผลไม้ไทยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น “ผลไม้ในเมนูอาหาร” เพื่อเผยแพร่วิธีการปรุงอาหารที่มีผลไม้เป็นส่วนประกอบ และคุณค่าทางโภชนาการผลไม้ไทย

4. ส่งเสริมการแปรรูป ดำเนินการให้โรงงานผลไม้กระป๋องรับซื้อผลไม้จากกลุ่มเกษตรกรโดยตรงในปริมาณเพิ่มขึ้นในช่วงผลผลิตออกมาก และประสานการจัดอบรมเกษตรกรด้านการแปรรูปผลไม้เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ

5. ผลักดันการส่งออก โดยการจัดงานเจรจาซื้อขายผลไม้ (Business Matching) นำผู้ส่งออกผลไม้ ผู้นำเข้าจากต่างประเทศ และห้างค้าส่งค้าปลีกขนาดใหญ่ มาพบกับกลุ่มเกษตรกร เพื่อเจรจาซื้อขายกันโดยตรงและจัดกิจกรรมในต่างประเทศ เพื่อขยายตลาดหลักและตลาดใหม่

อย่างไรก็ตาม ในการแก้ไขปัญหาผลไม้ทั้งระบบครบวงจร คณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) ได้มีมติเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 อนุมัติเงินจำนวน 39.11 ล้านบาทให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นหน่วยงานรับผิดชอบดำเนินการตามโครงการเร่งรัดกระจายสินค้าภายในประเทศ ด้วยการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการขนส่ง และส่งเสริมตลาดภายในประเทศ โดยจัดงานเทศกาลบริโภคผลไม้ในจังหวัดแหล่งผลิต และต่อมาในการประชุมคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2552 ได้มอบให้กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงมหาดไทย ดูแลแก้ไขปัญหาหรรษาผลไม้ตกต่ำอย่างเร่งด่วน

จึงขอเชิญชวนพี่น้องคนไทยช่วยกันบริโภคสินค้าของเกษตรกรไทย ที่มีคุณภาพดี และรสชาติอร่อย เพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรไทยมีรายได้เพิ่มขึ้น และยังส่งเสริมให้เกษตรกรพัฒนาผลผลิตให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้
